

**REPRESENTASI KUASA MASKULINITAS DALAM
IKLAN ROKOK DJARUM SUPER**

(Studi Semiotika Representasi Kuasa Maskulinitas dalam Iklan Rokok
Djarum Super My Life My Advanture)

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagai persyaratan
Guna mencapai gelar Sarjana S-1
Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:
IBNU DWI HARYANTO
L 100070001

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2014**

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi Untuk Diujikan
oleh Dewan Penguji Skripsi Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Informatika
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Hari : Selasa

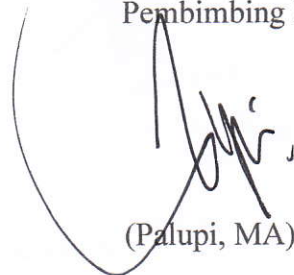
Tanggal : 20 Mei 2014

Pembimbing I



(Fajar Junaedi, S.Sos, M.si)

Pembimbing II



(Palupi, MA)

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**REPRESENTASI KUASA MASKULINITAS DALAM
IKLAN ROKOK DJARUM SUPER**

Studi Semiotika Representasi Kuasa Maskulinitas dalam Iklan Rokok

Djarum Super My Life My Advanture

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

IBNU DWI HARYANTO

NIM. L100070001

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal : 8. Juli 2014

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1.

Susunan Dewan Penguji

1. Fajar Junaedi, S.Sos, M.si
2. Palupi, MA
3. Nur Latifa U.S, MA

(.....)
(.....)
(.....)

Surakarta,

Universitas Muhammadiyah Surakarta

Fakultas Komunikasi Dan Informatika

Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan,



Husni Thamrin, ST, MT, Ph.D

NIK. 706

**REPRESENTASI KUASA MASKULINITAS DALAM
IKLAN ROKOK DJARUM SUPER**
(Studi Semiotika Representasi Kuasa Maskulinitas dalam Iklan Rokok
Djarum Super My Life My Adventure)

**Oleh:
Ibnu Dwi Haryanto**

Perkembangan dunia bisnis dan industri di Indonesia saat ini mengalami perkembangan yang semakin pesat. Perkembangan dunia bisnis dan industri menimbulkan adanya persaingan dalam meraih konsumen. Salah satu langkah untuk menarik hati konsumen, perusahaan menggunakan media iklan. Iklan Rokok Djarum Super *My Live My Adventure* muncul sebagai upaya untuk mengangkat produk rokok Djarum Super ditengah persaingan produk-produk rokok sejenis. Banyaknya iklan-iklan tentang rokok menyebabkan produsen iklan harus membuat berbagai variasi dan inovasi agar iklan yang diproduksi mampu menimbulkan image tertentu yang mampu diingat oleh masyarakat. Salah satu image yang ingin ditampilkan pada iklan rokok Djarum Super *My Live My Adventure* adalah representasi maskulinitas dengan penggambaran iklan yang banyak menampilkan sosok lelaki. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi kuasa maskulinitas dalam iklan rokok Djarum super My Life My Adventure.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metodologi semiotika komunikasi. Objek penelitian adalah iklan rokok Djarum super *My Life My Adventure*. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode semiotika Roland Barthes.

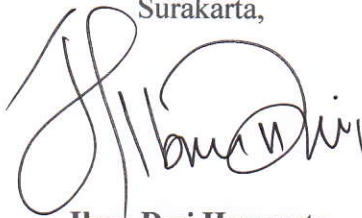
Berdasarkan hasil analisis penelitian, maka disimpulkan : (1) representasi maskulinitas dalam iklan rokok Djarum Super *My Live My Adventure* terbagi dalam dua representasi yaitu penampilan fisik laki-laki maskulin dan atribut pendukung yang melambangkan maskulinitas, (2) representasi penampilan laki-laki maskulin dalam iklan rokok Djarum Super *My Live My Adventure* meliputi dada bidang, rambut cepak, rambut mohawk, dan sorot mata tajam, (3) representasi pendukung yang melambangkan maskulinitas dalam iklan rokok Djarum Super *My Live My Adventure* meliputi atribut pakaian, sikap pantang menyerah, (4) jenis olah raga yang dilakukan, (5) penggunaan representasi maskulinitas pada iklan rokok Djarum Super *My Live My Adventure* oleh pengiklan ditunjukkan untuk menunjukkan produk rokok Djarum Super yang memiliki cita rasa lelaki yaitu mantap, serta ingin menunjukkan image orang yang merokok Djarum Super sebagai pribadi laki-laki yang macho, berani, pantang menyerah, dan keras.

Kata kunci : Representasi, Kuasa, Maskulinitas, Iklan

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila ternyata kelak di kemudian hari terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka saya bertanggung jawab sepenuhnya.

Surakarta,

Ibnu Dwi Haryanto
L.100070001

MOTTO

“Kehormatan hidup bukanlah ditentukan seberapa tinggi pendidikan anda, tapi kehormatan hidup itu ada ketika namamu melekat dihati orang-orang di sekitarmu dan bermanfaat bagi orang banyak”
(Joko Widodo)

“Mimpi berasal dari keadaan, maka kita tidak boleh menyerah oleh keadaan”
(Hitam Putih)

“Wawasaning urip lilo marang sakabehing bab sing wis kelakon, narimo marang sakabehing kahanan kang lagi di sandang, lan sumarah marang kadadeyan kang bakal ditompo”
(Penulis)

PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan kepada :

Allah SWT

Kedua Orang Tuaku

Kedua kakakku

Sahabat-Sahabatku

Seluruh Angkatan 07 Ilmu Komunikasi UMS

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Dengan menyebut nama ALLAH SWT Yang Maha Pengasih Lagi Maha Penyayang. Salawat serta salam selalu tercurah kepada nabi dan rasul teladan bagi umat manusia Muhammad SAW, beserta para sahabat sekalian.

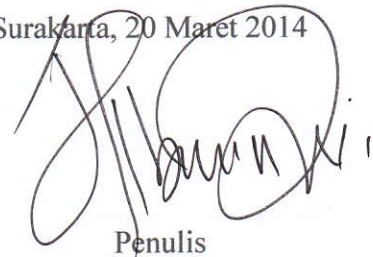
Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu untuk mendapatkan gelar sarjana (S-1) pada Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta dengan judul **“Representasi Kuasa Maskulinitas dalam Iklan Rokok Djarum Super (Studi Semiotika Representasi Kuasa Maskulinitas dalam Iklan Rokok Djarum Super *My Life My Adventure*)”**. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan, dorongan, bimbingan dan pengarahan dari berbagai pihak. Sehingga, perkenankan penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada;

1. Husni Thamrin, ST, MT, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Surakarta
2. Palupi, MA. selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dan sekaligus sebagai dosen pembimbing II yang telah memberikan bantuan mempercepat penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Fajar Junaedi, S.Sos, M.Si. selaku Dosen Pembimbing I atas kesebarannya dalam meluangkan waktu, pikiran, dan tenaga dalam memberikan kritik dan saran kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

4. Dian Purworini selaku Pembimbing Akademik atas nasihat akademiknya selama ini.
5. Para Dosen pengampu mata kuliah Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta dari awal tahun penulis belajar hingga dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga ilmu, bimbingannya, selama ini menjadi bekal penulis untuk kehidupan selanjutnya.
6. Bapak/Ibu Staf TU Komunikasi Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah membantu kami selama ini dalam kelancaran proses akademik.
7. Untuk Almarhum Ayah dan Ibuku tercinta, Djuwari, SIP. dan Sri Hartini yang menjadi sahabat dan motivator yang baik dalam setiap perjalanan hidup, doa dan kepercayaanmu akan selalu menjadi semangat dalam meniti mimpi dalam hidupku, dan untuk Ayah semoga lebih bahagia disana.
8. Kakakku Wibowo Kurniawan, SH dan Alvionita Malyati. terima kasih memberi warna dalam hidupku, semoga kita dapat menjadi manusia yang bermanfaat dan dapat menjadi kebanggaan orang tua.
9. Teman-temanku kelas A (Soleh, Dewi, Wulan, Tatik, Dita, Maul, Simbah, Dinar SB, Bayu Keman, Dedy Caby, Fajar Jimmy, Heru, Liston, Fendy, Moh. Sadyono, adi putpam) yang telah memberikan nuansa baru selama menimba ilmu di komunikasi UMS.
10. Terima kasih Joko Sulistyو dan Bambang Sasongko yang telah memberikan semangat, bantuan, motivasi sehingga terselesainya skripsi ini.

11. Teman-teman Kost Yandu (mas Didik, Eka, Feri Tholib, Fery Plongoh, Jack Domas, Ryan Kirun, Priya Supri, Aries Tejo, Mega, Bayu War-wer) terima kasih telah motivasi dan dorongannya, jaga kekompakan dan kita semua keluarga.
12. Untuk teman-teman Flamengo FC (Santosa, Wawan, Tyan, Anggit, Danu, Petrik, Suparto Sentot, Erik Cantona), kalian semua luar biasa.
13. Terima kasih Motor kencangku CB Rewo-rewo AD 3991 HG dan RX K Jambret AD 4268 DG, yang telah mengantar penulis selama masa kuliah.
14. Harapan penulis semoga naskah skripsi ini banyak mendatangkan manfaat bagi yang membacanya. Semoga Allah SWT selalu membimbing kita semua kejalan yang lurus.

Surakarta, 20 Maret 2014



Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Lembar Persetujuan	ii
Lembar Pengesahan.....	iii
Abstraksi	iv
Lembar Pernyataan	v
Motto	vi
Persembahan	vii
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi	ix

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9-10
E. Tinjauan Pustaka	
1. Representasi.....	10
2. Kuasa	14
3. Maskulinitas	18
4. iklan	23

5. Semiotika dalam Komunikasi	29
F. Metodologi Penelitian	
1. Jenis Penelitian	35
2. Objek Penelitian	36
3. Metode analisis	36
4. Teknik Pengumpulan Data	37
5. Analisis data	37
6. Alur Penelitian	38
7. Kerangka Pemikiran	39

BAB II. DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah PT Djarum	40
B. Profil Perusahaan	42
C. Visi dan Misi Perusahaan	43
D. Fokus Kepada Pelanggan	43
E. Logo Djarum	46
F. Struktur Organisasi	47
G. Iklan Rokok Djarum Super	48

BAB III. PENYAJIAN DATA

A. Hasil Penyajian Data Penelitian	52
------------------------------------------	----

BAB IV. PEMBAHASAN

A. Analisis Penelitian.....	65
1. Penampilan Fisik	66
2. Atribut Pendukung yang Melambangkan Maskulinitas	75
B. Metode Penelitian.....	92

V. PENUTUP

A. Kesimpulan.....	100
B. Saran	101

Daftar Pustaka

DAFTAR BAGAN

Daftar Bagan

Bagan 1 : Representasi Dikaitkan dengan Makna.....	12
Bagan 2 : Representasi terkait dengan Istilah Penting Lainnya.....	13
Bagan 3 : Representasi dan Kekuasaan.....	14
Bagan 4 : Peta Tanda Roland Barthes	33
Bagan 5 : Kerangka Pemikiran	39
Bagan 6 : Struktur Organisasi PT Djarum	47

DAFTAR TABEL

Daftar Tabel

Tabel 1: Penggambaran Kuasa Maskulinitas berupa penampilan Fisik Laki-laki.....	71-72
Tabel 2: Representasi Kuasa maskulinitas berupa Penampilan Fisik Laki-laki.....	72-73
Tabel 3: Penggambaran Kuasa Maskulinitas berupa Atribut Pendukung Maskulinitas.....	89
Tabel 4: Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Atribut Pendukung Maskulinitas.....	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Simbol Olah Raga Maskulin	6
Gambar 1.2 Ekspresi Tubuh Maskulin.....	7
Gambar 2.1 Logo Djarum	46
Gambar 3.1 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Tubuh Berotot.....	68
Gambar 3.2 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Rambut Cepak.....	68
Gambar 3.3 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Rambut Mohawk.....	69
Gambar 3.4 Representasi Penampilan Fisik Sorot Mata Tajam.....	70
Gambar 3.5 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Atribut Pakaian Merah.....	76
Gambar 3.6 Representasi Atribut Pendukung Maskulinitas Lelaki Sebagai Pemenang.....	77
Gambar 3.7 Representasi Atribut Pendukung Maskulinitas Lelaki Sebagai Pemimpin	78
Gambar 3.8 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Atribut berupa Kaca Mata Hitam	79
Gambar 3.9 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Atribut Helm Tentara.....	80
Gambar 3.10 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Mobil Jeep	81

Gambar 3.11 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Atribut Botol Air Minum	81
Gambar 3.12 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Sikap Pantang Menyerah	82
Gambar 3.13 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Sikap Periang	83
Gambar 3.14 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Selancar Air	84
Gambar 3.15 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Terjun Payung	85
Gambar 3.16 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Terjun Bebas	85
Gambar 3.17 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Gantole.	86
Gambar 3.18 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Panjat Tebing	87
Gambar 3.19 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Sepak Bola	88
Gambar 3.20 Representasi Kuasa Maskulinitas berupa Olah Raga Sepak Takraw	88